

розвиненої інфраструктури інновацій; підвищення якості управління інноваційною діяльністю (визначення національних інноваційних пріоритетів, досконалого механізму розподілу бюджетних коштів контролю за їх використанням; дослідження і адаптації зарубіжного досвіду стимулювання інноваційної активності.

Використана література

1. Офіційний сайт державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=205521&cat_id=201598 www.ukrstat.gov.ua.
2. Ховрах І.В. Інноваційна активність вітчизняних підприємств / І.В. Ховрах, П.С. Мельничук // Інвестиції, інновації в економіці. – 2013. – №4 – С. 28.
3. Єрмолаєва В. Особливості та проблеми інноваційного розвитку в Україні / В. Єрмолаєва. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr_ep/2010_6/files/EC610_46.pdf.
4. Кремень В. Нові вимоги до якісної освіти// Освіта України. – 2006.– №45-46. – С. 6-7.

УДК 32 / 33 : 17

Марія Рудакевич, д.н.д.у, професор

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕТИКИ ПІДПРИЄМНИЦТВА В РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

Mariia Rudakevych

PROBLEMS OF THE BUSINESS ETHICS DEVELOPMENT IN A MARKET ECONOMY

Ситуація соціокультурної та економічної криз, в яких перебуває Україна, обумовлений значною мірою розпадом попередньої системи цінностей та доволі кволим формуванням нової ціннісної парадигми. Між тим саме в цих процесах важлива роль належить підприємництву, яке формує стабільний, достатньо широкий економічно незалежний середній клас в соціальній структурі суспільства. Підприємницька діяльність найбільш природнім чином забезпечує перехід до системи зв'язків і відносин, властивих ринковій економіці. Суб'єкти успішного підприємництва засвідчують, що вони є найбільш мобільним соціальним прошарком, який у процесі господарської діяльності набуває і утверджує вкрай необхідні сучасному українському суспільству якості особистості (нове світобачення, новаторство, широка компетентність, творчий потенціал, конкурентоспроможність, лідерство тощо) та новий демократичний тип моральних відносин.

Особливості української ментальності – поєднання індивідуалістичних устремлінь та духу колективності – обумовили орієнтацію українського суспільства і підприємництва на західно-європейські цінності та стандарти свободи, самодостатності й життєвого успіху людини як суб'єкта дії. Підготовка до підписання Угоди про Асоціацію з Європейським Союзом, яка передбачає вільну економічну зону, підтверджує такий вибір. Остання ґрунтується на семи головних принципах міжнародного бізнесу сутність яких виражають два терміни – мораль і успіх: 1) відповідальність бізнесу: від блага акціонерів – до блага партнерів по бізнесу; 2) економічний і соціальний вплив бізнесу: до прогресу, справедливості і світового співтовариства; 3) етика бізнесу: від букви закону – до духу довіри; 4) повага правових норм; 5) підтримка багатосторонніх торгових відносин; 6) турбота про навколишнє

середовище; 7) прагнення уникати незаконних дій (Декларація «Принципи міжнародного бізнесу», розроблена «Круглим столом КО (CAUX Round Table)», 1994).

Названі цінності підприємництва ще не набули якості інструментів. Причин такого стану багато і не лише особистісного характеру (скептичне ставлення до етики підприємництва (справа бізнесу є бізнес), домінування матеріальної мотивації дій підприємців, прагнення швидко розбагатіти і набути зовнішніх ознак «успішної» людини тощо); вони наявні у сфері торгівлі, виробництва, фінансів тощо. Українські політичні та економічні реформи малоефективні, часто замішані на корупції; державними заходами підтримки «своїх» підприємств держава знищує конкуренцію. В умовах спотворених цінностей і аморальних відносин підприємцю доводиться ризикувати, несучи відповідальність за рішення і дії перед власною совістю. Така ситуація породила не лише нестабільність підприємництва, широке банкрутство, а й стійке протиставлення в державі та суспільстві «економіки» і «моральних цінностей». Наявні причини й чинники обумовлюють проблематичність вкорінення норм європейської спільноти: «критеріїв цивілізованого підприємництва», «економічну і підприємницьку етику», «культуру підприємницької діяльності», які вироблялися в процесі еволюційного розвитку ринкових відносин.

Чи може в Україні підприємництво набути етичної якості? Це – питання, яке в економічних реаліях розвитку ринкових відносин ще не знайшло однозначної відповіді. Вітчизняні науковці і практики надають перевагу категорії «соціальна відповідальність» [1] – історичній попередниці підприємницької етики [2, с. 326 – 331].

Обґрунтування і впровадження базових засад етики підприємництва в ринкових умовах доцільно розглядати в контексті пошуку рішення об'єктивної суперечності між моральною свідомістю підприємця та внутрішньою логікою підприємницької діяльності. Таким рішенням, на нашу думку, повинна бути «золота середина». Це пов'язано з тим, що захоплення моральними заповідями підприємництва обумовить поразку в конкурентній боротьбі: в умовах «нечесної» економіки чесний підприємець приречений на поразку. Рівною мірою не будуть продуктивними ні шлях радикального лібералізму – робити ставку на розвиток діяльнісних, егоїстичних мотивів особистості, спрямованої на прибуток, ні моральний фундаменталізм – повний осуд підприємницької діяльності як такої, що спрямована лише на прибуток.

Традиційне трактування етики має індивідуальний характер: наші уявлення про моральність – про те, що гідне схвалення (добро, правильно), а що – осуду (зло, неправильно) – формувалися, в основному, на підставі сприйняття людини як істоти моральної. Підприємство – це організація, а підприємництво – колективна діяльність, тому там, де виходимо за межі індивідуальної поведінки категорії моралі-етики слід вживати обережно. Мораль повинна сприяти, а не гальмувати розвиток економіки. Таку її роль забезпечує організація індивідуальної та колективної діяльності підприємства і його адміністрування на етичних засадах. Оскільки правові рамки підприємництва (законодавство та нормативно-правові засади) задаються ззовні, то етичні зусилля підприємців і їх громадських організацій (прояв ініціативи у формі особистого прикладу, звернень, лобіювання, різних форм протесту тощо) можуть і повинні проявлятися на етапах їх розробки та вдосконалення. Вони визначають мету підприємництва, правила поведінки й діяльності. Що стосується способів і методів їх реалізації, то їх обирає підприємець, менеджер. Важливо, щоб рамковий порядок був «справедливим», бо лише в такій якості він забезпечує умови «моральної» економіки, яка буде ефективною. В якості соціально-правової основи підприємництва він доповнює етику підприємництва, робить її повноцінною.

Ряд етичних проблем виникає на інституційному рівні в умовах конкуренції. Це пов'язано з руйнуванням її механізму, яке спричиняють будь-які винятки із загальних

правил в інтересах окремих підприємств чи груп, а також корупція (пільги, субсидії, протекціонізм, маніпулятивне ціноутворення, нечесні тендери, нехтування екологією тощо).

Конкуренція – базова характеристика ринкової економіки; вона є продуктом людської культури і відображає стан розвитку економічних, правових і соціальних відносин у суспільстві. Їй належить роль етичної цінності ринкової економіки, сутність якої полягає у врівноваженні приватного та суспільного інтересу. Це – своєрідний зовнішній суддя, який обмежує свободу дій усіх партнерів, змушуючи їх добровільно приймати моральні рішення на користь не особистого, а суспільного інтересу. Проте це не означає, що конкуренція є універсальним механізмом. У сферах, які виробляють загальні суспільні блага, яких з економічних міркувань ніхто з громадян та суспільство в цілому не можуть бути позбавлені (освіта, армія, екологія тощо), доцільна не конкуренція суб'єктів ринку (за передачу в приватну власність), а їх кооперація для задоволення таких потреб.

Таким чином, етика підприємництва включає сукупність етичних та правових норм і правил, які задають моральний тип відносин між суб'єктами підприємницької діяльності, між ними і державними органами, які регулюють підприємницьку діяльність; судовими органами, які вирішують конфліктні ситуації; споживачами продукції та громадянським суспільством. Її принципами є чесність, справедливість, порядність, якість праці і продукції, турбота про безпеку праці і здоров'я працівників, повага до партнерів, дотримання слова, здатність ефективно функціонувати на ринку, згідно з діючими законами, встановленими правилами і традиціями; турбота про екологію і природні ресурси тощо. В умовах, коли рамковий порядок є недосконалим основний виклик для етичного підприємництва полягає в необхідності взяти на себе моральну відповідальність за результати діяльності. Це не означає підміну економічних завдань етичними: для підприємства отримання прибутку є невід'ємною професійно-етичною настановою, проте честь для нього повинна залишатися дорожчою за прибуток.

Нові українські реалії – масовий рух народу за свободу, демократію і справедливість – породжує нові форми стимулювання етики великого бізнесу. Вони в зародковому стані. Це рух споживачів, відомий як «консьюмеризм», а також розвиток профспілкового руху працівників великих компаній за гідні умови праці та заробітну плату. В українській економіці, як і в політиці та державному управлінні монопольно панує великий бізнес, який не терпить конкуренції. Його метою є отримання надприбутку або розширення виробництва. Тому боротьбу за економічну етику та етику підприємництва повинні здійснювати на засадах партнерства і взаємодії чотири суспільні елементи: влада, бізнес, профспілки та споживач. Можна виділити три етапи цього процесу. На першому етапі слід розмежування бізнес, владу і політику: державою не повинен управляти великий бізнес. На час перебування бізнесмена на державній службі, управління його бізнесом повинна здійснювати державна організація. На другому етапі необхідно підвищити моральну свідомість усіх, хто прямо чи опосередковано пов'язаний з бізнесом (від акціонерів, менеджерів до споживачів). Це потребує широкої етико-просвітницької роботи. На третьому етапі слід ліквідувати або змінити якість державних структур, які під видом нейтральної позиції, здійснюючи контроль за діяльністю підприємств, проявили себе з аморального боку.

Моральний бізнес, моральна влада і моральне суспільство – продукт спільних зусиль. На шляху їх розвитку домінуюча роль належить державі, яка покликана створювати умови та утверджувати статус підприємця як творця економічного розвитку. Успішний бізнес повинні творити не герої, а чесні, професійні підприємці та менеджери. Тому мова йде про ліквідацію організованої злочинності та корупції,

розумну податкову політику, чітке та стабільне законодавче регулювання економіки і підприємницької діяльності, етичну експертизу всіх державних рішень та моніторинг суспільної думки щодо етики поведінки бізнесу. Доцільна також інституціалізація корпоративної етики підприємства.

Українське суспільство рухається в напрямі утвердження принципів економічної етики та етики підприємництва, які наявні в діловій культурі українців і є нормами цивілізованого бізнесу.

Використана література

1. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: експертна думка. – К.: Стилос, 2007. – 152 с.

2. Хоман К. Экономическая и предпринимательская этика / К. Хоман Ф. Фломе-Дрез // Политическая и экономическая этика / Пер. с нем. С.Курбатовой, К.Костюка. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2001. – С.177-366.

УДК: 339.13.017

Богдан Сидяга, к.е.н., доцент

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ

Bohdan Sydiaga

THE PROBLEMS OF UKRAINIAN TRADE POTENTIAL DEVELOPMENT

Сучасний стан української торгівлі викликає справедливі нарікання виробників, торговців та споживачів. Особливо це стосується стану зовнішньої торгівлі, обсяги якої протягом останніх років суттєво знизились. Причини, що призводять до такого стану речей криються насамперед у політичних колізіях, неузгодженості законодавства та корупції. Дослідження проблем розвитку торгівлі в Україні дозволило встановити, що розмір торговельного потенціалу є важливою складовою всього потенціалу держави та підприємства, а управління ними має здійснюватися на основі наявних можливостей, результатів дослідження макро- та мікросередовища, динаміки та стану розвитку цільових ринків.

Основними зовнішніми чинниками, що ускладнюють та обмежують право України входити у світове господарство як повноправного партнера є:

- посилення міжнародної конкуренції на товарних ринках, низька конкурентоспроможність української продукції;
- нові вимоги споживачів до якості товарів, тобто цінові фактори стали вторинними, а фактори новітніх технологій та гарантії якості продукції – первинними;
- застосування країнами-конкурентами форм протекціонізму та дискримінація українських експортерів, зокрема, ускладнення процедури сертифікації продукції;
- складність входження в міжнародне співробітництво по причині невідповідності міжнародним стандартам захисту прав інтелектуальної власності.

Конкурентоспроможність виступає як загальна вимога, що ставиться до будь-якого національного економічного суб'єкта. Вона дає можливість забезпечити порівняння із світовим рівнем споживчих, якісних та цінових характеристик товарів або послуг незалежно від ринку.

Сьогодні постало питання розробки нової економічної політики України використовуючи теоретичні розробки та практичний досвід розвинутих країн світу з питань вдосконалення структури господарства, інвестиційної політики, проведення